



NPS COMO FERRAMENTA DE GESTÃO DA EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO NO SUS

Nome do Autores: Thiago de Castro Menezes; Moaquitan Silva dos Santos / UBS Jardim Comercial, São Paulo

Eixo Temático E7. Sustentabilidade e Ética em Saúde

Introdução

A experiência do usuário é uma dimensão relevante da qualidade nos serviços do SUS. O Net Promoter Score (NPS) permite mensurar a percepção do atendimento e, principalmente, identificar detratores e os motivos associados à insatisfação. Essa leitura oferece à gestão informações para revisar fluxos, acolhimento, comunicação e outros pontos da jornada do paciente, apoiando ciclos de melhoria contínua.

Objetivo

Comparar os resultados de NPS do CEJAM e da UBS Jardim Comercial entre o segundo semestre de 2025 e o primeiro semestre de 2026, destacando o potencial da análise dos detratores como ferramenta para qualificação da experiência do usuário.

Métodos

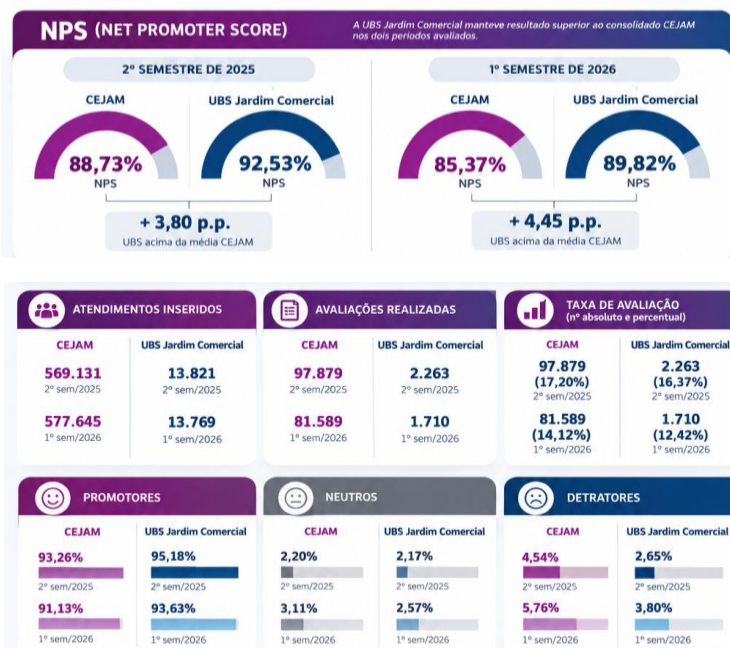
Estudo descritivo e comparativo, realizado com dados secundários do Painel de Satisfação NPS. Foram analisados o NPS, percentuais de promotores e detratores, número absoluto de avaliações, taxa de avaliação e possibilidades de estratificação dos detratores. O consolidado CEJAM foi utilizado como referência institucional e a UBS Jardim Comercial como recorte local. A comparação dos dados foram de 2º semestre de 2025 x 1º semestre de 2026

Conclusão

A UBS Jardim Comercial manteve NPS superior ao consolidado CEJAM nos dois períodos, embora tenha ocorrido redução do indicador e aumento dos detratores. Os achados reforçam que o valor gerencial do NPS não se limita à pontuação final: a identificação das causas de insatisfação permite transformar a voz do usuário em ações de melhoria. A redução da participação nas pesquisas também sinaliza a necessidade de fortalecer estratégias de adesão à avaliação.

Resultados

No segundo semestre de 2025, o NPS foi de 88,73% no CEJAM e 92,53% na UBS Jardim Comercial. No primeiro semestre de 2026, os índices foram 85,37% e 89,82%, respectivamente, mantendo a UBS acima do consolidado institucional. Houve redução de 3,36 p.p. no CEJAM e 2,71 p.p. na UBS, acompanhada pelo aumento dos detratores. A participação na pesquisa também diminuiu em ambos os períodos. A análise dos detratores por motivo, turno, especialidade e categoria profissional possibilita direcionar intervenções para aprimorar a experiência dos usuários.



Acesse o trabalho na íntegra!

